

دور الهيئات الرسمية في حماية مستهلك الخدمات المصرفية الإلكترونية - الإمارات والسعودية أنموذجا -

د: دوفي قرمية

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف -ميلة

Email : wisale2007@yahoo.fr

د: سبتي وسيلة

جامعة: محمد خيضر - بسكرة

Email : Sebti.Wassila@yahoo.fr

ملخص باللغة العربية:

أدت ثورة الاتصالات والمعلومات إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي، سواء من حيث عدد رسائل البريد الإلكتروني التي يتم تراسلها، أو عدد الأفراد المستخدمين لشبكة الإنترنت، أو الأنشطة التجارية الآخذة في النمو والمتصلة بالإنترنت، أو حتى عدد الجرائم التي تتم عبرها.

وحماية المستهلك في الخدمات المصرفية الإلكترونية هدف رئيسي بدأ يحظى باهتمام متزايد بالقطاع المصرفي في السنوات الأخيرة خصوصا مع تشديد الهيئات الدولية والمصارف المركزية على توفير هذه الحماية، ففي عام 2011 قامت مجموعة العشرين من خلال فريق مختص بوضع المبادئ العامة لحماية عملاء المؤسسات المالية، وانطلاقا من هذه المبادئ الدولية قامت المصارف المركزية في الإمارات والسعودية بتطوير إرشادات وإجراءات توفير متطلبات حماية المستهلك في الخدمات المالية والمصرفية الإلكترونية. **الكلمات المفتاحية:** خدمات مصرفية إلكترونية، حماية العملاء، هيئات رسمية.

Abstract:

The communications and information révolution has lied to fundamental changes in the nature of the banking and Financial sector, Both in terms of the nombre of e-mails that are being communicated, the number of individuals using the Internet, Or business activities that are growing and connected to the Internet, Or even the number of crimes committed.

Consumer protection in e-banking is a key objective that has been gaining increasing interest in the banking sector in recent years, Especially with the strengthening of international bodies and central banks to provide such protection, In 2011 the G20, through a dedicated team, developed the general principles for protecting financial institution clients, Based on these international principles, central banks in the UAE and Saudi Arabia have developed guidelines and procedures to provide consumer protection requirements in financial and e-banking services.

Key words: Electronic Banking Services, Protect Customer, Official bodies.

مقدمة:

أدت ثورة الاتصالات والمعلومات إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي، والتطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة بالاعتماد على ما أنتجته التكنولوجيا وثورة المعلومات من وسائل حديثة ومتطورة أدت إلى الاستغناء عن بعض الخدمات التقليدية وتعويضها بخدمات إلكترونية، فلقد تغيرت كل المفاهيم والعمليات القديمة في المجال المصرفي وذلك لمساعدة العملاء والاستجابة السريعة لمطالبهم بالإضافة إلى توفير حلول سريعة للمشاكل، فثورة الاتصالات والانتشار الواسع لشبكة الانترنت أدت لانهيار الحواجز بين البنك وعملائه حيث وفرت التكنولوجيا الحديثة إمكانية تقديم الخدمات المصرفية وتبني متطلبات واحتياجات العملاء من خلال الشبكات الإلكترونية.

ويعتبر نمو استخدام الإنترنت في المعاملات من أكثر العلامات المميزة لعصر العولمة، سواء من حيث عدد رسائل البريد الإلكتروني التي يتم تراسلها، أو عدد صفحات الويب المتاحة على الشبكة، أو عدد الأفراد المستخدمين للشبكة، أو الأنشطة التجارية الآخذة في النمو والمتصلة بالإنترنت كالصيرفة الإلكترونية، أو حتى عدد الجرائم التي تتم عبر الإنترنت.

وحماية المستهلك في الخدمات المصرفية الإلكترونية هدف رئيسي بدأ يحظى باهتمام متزايد بالقطاع المصرفي في السنوات الأخيرة، خصوصا مع تشديد المصارف المركزية على توفير هذه الحماية واتخاذ إجراءات عديدة لإلزام كافة المصارف بتوفير هذه الحماية، وتوفير آليات متطورة لتلقي شكاوى عملاء البنوك واتخاذ إجراءات عملية للتعامل مع هذه الشكاوى وحلها. وعلى ضوء ما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما هو دور الهيئات الرسمية في حماية مستهلك الخدمات المصرفية الإلكترونية- الإمارات والسعودية أنموذجا؟

وسوف نقوم بمعالجة هذه الإشكالية الرئيسية من خلال طرح التساؤلات الفرعية التالية:

1. ما هي مبررات حماية المستهلك الإلكتروني؟
2. ما هي أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تحتاج إلى حماية؟
3. ما هو دور الهيئات الدولية والمصارف المركزية في حماية مستهلك الخدمات المصرفية الإلكترونية في الإمارات والسعودية. وللإجابة عن التساؤلات السابقة يمكن صياغة الفرضية الرئيسية التالية:

" تؤدي الهيئات الدولية والمصارف المركزية دورا هاما في حماية مستهلك الخدمات المصرفية الإلكترونية في الإمارات والسعودية "

ولاختبار هذه الفرضية قسم البحث إلى المحاور التالية:

أولا: التعريف بحماية المستهلك الإلكتروني والخدمات المصرفية الإلكترونية

ثانيا: دور الهيئات الدولية والمصارف المركزية في حماية مستهلك الخدمات المصرفية الإلكترونية

ثالثا: دور المصارف المركزية في حماية مستهلك الخدمات المصرفية الإلكترونية في الإمارات والسعودية

أولاً: التعريف بحماية المستهلك الإلكتروني والخدمات المصرفية الإلكترونية

1. حماية المستهلك الإلكتروني

1.1 المقصود بحماية المستهلك:

اهتمت الشرائع السماوية منذ القدم بموضوع حماية المستهلك، ففي الشريعة الإسلامية انزل الله عز وجل سورة المطففين، والمقصود بالمطففين هم الذين يغشون المشتريين والمستهلكين عبر البخس والغش في المكيال والميزان، حيث توعدهم رب العباد بعذاب أليم بقوله جل شأنه " وَإِلَّ لِلْمُطَفِّفِينَ (1) الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ (2) وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ (3) أَلَا يَظُنُّ أُولَئِكَ أَنَّهُمْ مَبْعُوثُونَ (4) لِيَوْمٍ عَظِيمٍ (5) يَوْمَ يَقُومُ النَّاسُ لِرَبِّ الْعَالَمِينَ (6)" سورة المطففين، الآيات 1-6، والمقصود بذلك أن الله عز وجل قد أعطى حماية لمن يشتري سلعة أو بمعنى آخر للمستهلك ضد أي انتهاك لحقوقه أو غش قد يتعرض له من قبل بائعي هذه السلعة أو مقدمي تلك الخدمة التي يجب أن تكون ذات جودة ونوعية جيدة.

وكذلك الحال في المسيحية فقد أشارت رسالة البابا يوحنا بولس الثاني " السنة المائة " إلى اقتصاد السوق والمستهلك والعلاقة بينهما، مع التشديد على ضرورة وضع التشريعات اللازمة لتنظيم حركة السوق مع الأخذ بالاعتبار حقوق المستهلك وحمايتها، أما على الصعيد الدولي فقد أصدرت الأمم المتحدة (المبادئ التوجيهية لحماية المستهلك) وهي الصادرة تحديداً عن منظمة الأمم المتحدة للتجارة والتنمية منذ عام 1980 وتم توسيعها في عام 1999، وهي تهدف إلى توجيه وتوصية حكومات دول العالم بعدة توصيات واقتراحات لوضع سياسات وقوانين لضمان حماية حقوق المستهلك، فقد أشارت إلى أهمية أن تنطوي حقوق المستهلك على الحق في بيئة صحية، والحق في الحصول على السلع والخدمات الأساسية، وكذلك الحق في ضمان السلامة والأمان، والحق في الاختيار بين مجموعة من المنتجات والخدمات المتنوعة بأسعار تنافسية، مع ضمان توعية مرضية وتوفير الضمانات اللازمة للمستهلك، علاوة على الحق في أن يحصل المستهلك على كافة المعلومات والحقائق التي يحتاجها، وخاصة ما يتعلق منها بالسلعة والخدمة وخصائصها وكافة البيانات اللازمة للتأكد من صلاحيتها وحق الحماية من الإعلانات والبيانات المضللة وغير الصحيحة والتأثيرية، إضافة إلى ذلك فمن حقوق المستهلك الحق في التمثيل وسماع رأيه، وكذلك الحق في التثقيف إضافة إلى حقه في الحصول على تعويض عن السلع الرديئة والخدمات غير المرضية، كما أصدرت العديد من الدول العربية تشريعات لحماية المستهلك.¹

ويقصد بحماية المستهلك " الجهود التي تبذلها المنظمات المعنية بهدف تعريف المستهلك بحقوقه عن طريق إصدار تشريعات تحمي المستهلك فرداً كان أو جماعة، وبمعنى آخر هي اتخاذ الإجراءات الوقائية التي تؤدي إلى منع خطر قادم أو التقليل من حدوثة أو إنذار من تسول له نفسه الإقدام عليه " وإذا كانت حركة حماية المستهلك في ظل التشريعات المعاصرة لم تنشط إلا في الثلاثينات من القرن العشرين، ولم تبرز المنظمة الدولية لحماية المستهلك إلا في عام 1960، فإن جهاز الرقابة الإسلامي تنبه إلى هذه الحماية منذ القرون الأولى للحضارة الإسلامية من خلال اعتماده على نظام " الحسبة " وهو إجراء يهدف إلى تطبيق المبادئ الأخلاقية والدينية والاجتماعية في الأنشطة الاقتصادية، وإنكار ما يخالف تلك المبادئ من السلوكيات المنحرفة في الإنتاج والتبادل والاستهلاك، وبالتالي فهي جهاز الرقابة الإداري والاقتصادي في الاقتصاد الإسلامي، وقد ظهر هذا الجهاز منذ العهد النبوي ثم أخذ في التطور والنمو في الفترات التاريخية المتعاقبة.²

ويقصد بحماية عملاء البنوك " ما يتم تطبيقه من إجراءات تستهدف الحد من المخاطر التي قد يتعرض لها هؤلاء العملاء في مجال تعاملهم مع البنوك، من خلال وضع الأطر التنظيمية من سياسات وإجراءات والتي تكفل حصولهم على مختلف الخدمات المالية في إطار متكامل من الشفافية والإفصاح في التعامل المالي، بما يضمن حصول هؤلاء العملاء على حقوقهم دون انتقاص وعدم الإضرار بمصالحهم، ومساءلة من يتجاوز هذه الأطر التنظيمية"³

2.1 مبررات حماية المستهلك الإلكتروني

1.2.1 التطور الحديث في شبكة الإنترنت:

إن شبكة الإنترنت تعد من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسب، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة، ويمثل التطور التقني في هذا الجانب واقعا علميا يأتي كل لحظة بالجديد، مما ينبغي أن يقود إلى تحسين الروابط التجارية بين المزود والمستهلك بهدف الحصول على أفضل أداء للممارسات التجارية الإلكترونية.⁴

غير أن الجانب السلبي لهذا التطور التقني يتمثل في التأثير على الوصف القانوني لعقد التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت مقارنة بالبيع الذي يتم في موطن ومحل إقامة المستهلك، ويتمثل ذلك في عدم قدرة المستهلك على معاينة المبيع بطريقة حقيقية، أو الالتقاء مع المزود في مجلس عقد تقليدي.⁵

2.2.1 حاجة المستهلك إلى الخدمات الإلكترونية:

فحاجة المستهلك الضرورية إلى الخدمات الإلكترونية تنبع من كونها توفر منتجات وخدمات ذات جودة عالية بأسعار معقولة بسبب كثرة المواقع الإلكترونية التجارية، وبالتالي زيادة المنافسة بين هذه المواقع على تقديم الأفضل للمستهلك، بالإضافة إلى الخدمات الممتازة لعمليات ما بعد البيع، وفي هذا السياق فإنه لا توجد فروق جوهرية بين التجارة التقليدية والتجارة الإلكترونية، فأهمية الخدمات الإلكترونية الموجودة على شبكة الإنترنت تزيد من إقبال المستهلكين على هذه الخدمات، وتجعل من هذه الخدمات محور طلب للكثير من المستهلكين، ومن هنا كانت الحاجة للبحث عن حماية للمستهلك بشكل ملح وواضح. وتشير الدراسات والأبحاث الحديثة إلى حصول تطور كبير في أساليب تقديم الخدمات الإلكترونية، وما النجاحات التي تحققت في هذا المجال إلا الدليل والبرهان الواضح على تنامي وازدهار صناعة الخدمات الإلكترونية، ومن أبرز هذه النجاحات نذكر ما يلي:⁶

- خدمات شركات بطاقة الائتمان مثل (Capital one Financial service) التي تتيح لعملائها التقدم لطلب قروض على الخط، بالإضافة إلى قيامها بإدارة حسابات العملاء على الخط.
- خدمات صناعات السفر المقدمة بأساليب إلكترونية في إدارة التعامل مع عملائها، حيث أصبحت المواقع الإلكترونية لشركات السفر ووكلاء السفر منتشرة عبر الانترنت بأعداد هائلة مثل (Travelocity.com, Expedia.com)، فقد بدأت شركات الطيران والسلاسل الفندقية تستخدم نظم حجوزات تابعة لها وهي نظم تتفاعل مع العملاء على الخط بكفاءة وفعالية عاليتين.
- خدمات مؤسسات الاتصالات السلكية واللاسلكية، التي أصبحت تتيح المجال لعملائها للحصول على خدمات على خط مباشرة والوصول إلى معلومات حول حساباتهم.

- خدمات المصارف الإلكترونية التي حاولت تحويل عملائها من مضمار الصيرفة التقليدية إلى الصيرفة الإلكترونية الفعالة، حيث نجحت بعض المصارف مثل (E-TradeBank) بأداء أعمالها إلكترونياً دون الحاجة لوجود فروع لها.
- حتى المستشفيات صارت تستخدم شبكة الانترنت لأغراض الاستشارات الطبية وإجراء العمليات الجراحية عن بعد وعقد المؤتمرات بالفيديو.
- وكذا الحال بالنسبة للعديد من جامعات العالم التي نجحت في استخدام إمكانيات شبكات الاتصالات والمعلومات لتقديم برامج تعليمية عن بعد، حيث أصبح التعليم الإلكتروني مكتملاً وأحياناً بديلاً عن التعليم العادي.

1.2.3 افتقار المستهلك إلى التنوير المعلوماتي التكنولوجي:

تعتبر شبكة الإنترنت المنتشرة حول العالم نافذة مفتوحة أمام الملايين من الناس، فهذه الشبكة تمثل صالة عرض لكافة المنتجات والخدمات، فالبريد الإلكتروني ومواقع الإنترنت والتفاعل المباشر تتلخص جميعها في هدف واحد ألا وهو عرض أنواع متباينة من المنتجات والخدمات للمستهلك، والتعاقد معه من خلالها، فهي تعد من أحدث خدمات التقدم التقني التي تعتمد على تفاعل المستهلك مع جهاز الحاسب، فمن خلالها يمكن الوصول إلى العديد من السلع والخدمات بطريقة سهلة.⁷

فقدرة المستهلك على التعامل مع جهاز الكمبيوتر وشبكة الإنترنت تسهل عليه الوصول إلى المنتجات والخدمات التي يريدها، وهنا يجب أن نفرق بين ما يسمى إعلام المستهلك والذي هو من حقوق المستهلك وبين معرفة المستهلك المعلوماتية بشبكة الإنترنت، والتي تمثل حد أدنى من أجل وصول المستهلك إلى معلومات عن الخدمات والمنتجات، فالحد الأدنى يعبر عن قدرة المستهلك عن التعامل مع جهاز الحاسب وشبكة الإنترنت، فافتقار المستهلك قد يمثل عدم معرفة كبيرة بشبكة الإنترنت، بالإضافة إلى المشاكل التي قد تواجه المستهلك عند التعمق في هذه الشبكة،⁸ ويتمثل ذلك من خلال ما يواجه المستهلك من عدم معرفته لما يحصل أمامه في الشاشة الصغيرة، بالإضافة لما سبق فإن عدم معرفته بشبكة الإنترنت قد يؤدي إلى وقوع المستهلك بحيل وخداع قرصنة الإنترنت من خلال المواقع الوهمية أو التعاقد الوهمي، لذا فإن حاجة المستهلك إلى الحماية في التسوق الإلكتروني تتبع أيضاً من كون المستهلك الطرف الأقل خبرة ودراية في المعاملات التجارية الإلكترونية والأقل قوة في المعادلة الاقتصادية.⁹

2. الخدمات المصرفية الإلكترونية:

يعيش العالم اليوم ثورة تكنولوجية في مختلف القطاعات الاقتصادية خاصة في القطاع المالي والمصرفي، حيث أصبحت التكنولوجيا تشكل حجر الأساس في تعزيز فرص البقاء والنمو والاستمرارية في ظل المنافسة الشديدة بين المصارف في الساحة العالمية، ومن أهم الخدمات المصرفية الإلكترونية نذكر ما يلي:

1.2 شبكات الاتصال والمعلومات:

لقد أصبحت شبكات الاتصال (الإنترنت) من أبرز التكنولوجيات التي كان لها الأثر الأساسي للصناعات المصرفية الحديثة وباتت ذات أهمية أساسية لتدويل النشاط المصرفي من خلال زيادة عدد الخدمات وتحسين نوعيتها وتقليل كلفتها، حيث يمكن لأي عميل أن يحصل على الخدمات المطلوبة من أي فرع من فروع البنك المعين في أي منطقة من المناطق داخل الدولة دون الحاجة إلى الاتصال بالفرع الذي قام العميل بفتح حساب فيه، كما يمكن للعميل معرفة رصيده وتفصيل مسحوباته وإيداعاته مع توارخها في ظرف قصير، بالإضافة إلى تقديم معلومات حيوية عن البنوك المنافسة والسوق المصرفية وغير ذلك،¹⁰ ومن مظاهر

التقدم في تكنولوجيات الخدمات المصرفية هو ظهور ما يعرف " بالصيرفة الإلكترونية " والتي تعني قيام البنك بتقديم خدمات مصرفية متنوعة عن بعد لكافة العملاء وهو ما سمح بتحرير المعاملات المالية من القيود والحواجز وساعد في رفع مستوى أداء البنوك،¹¹ حيث يمكن للبنوك في الوقت الحاضر تنفيذ العديد من العمليات المالية والتحويلات عبر شبكات اتصال محلية وعالمية من خلال ترابطها وتواصلها مع أقسامها ووحداتها وفروعها المختلفة أو مع زبائنها والمؤسسات المصرفية والمالية، وما تتطلبه طبيعة العمل المصرفي الحديث الذي يتجاوز حدود المكان، ومن الأسباب الرئيسية التي دفعت المصارف لاستخدام الإنترنت كوسيلة اتصال لتقديم الخدمات المصرفية إلى العملاء هي:¹²

أ. **المنافسة:** بينت الدراسات أن استخدام البنوك للإنترنت يعد من أقوى مظاهر المنافسة في جلب واستقطاب عملاء جدد.
ب. **تقليل التكاليف:** أظهرت إحدى الدراسات الأمريكية عام 1999 أن معدل تكلفة تقديم خدمة مصرفية عبر الإنترنت حوالي 25 سنتا وهو معدل أقل بكثير من لو تم تقديمها من خلال فرع المصرف القائم بتكلفة تصل إلى 1 دولار أمريكي مع الاستفادة من اختصار الوقت.

ج. **التوسع الجغرافي:** تمكن الإنترنت المصارف من التوسع في تسويق وتقديم الخدمات والمنتجات المصرفية لعدد أكبر من العملاء نتيجة الانتشار الجغرافي للشبكة عبر العالم.

د. **تعميق الولاء:** إن استخدام المصارف للإنترنت يخلق نوعا من العلاقة مع العملاء، وهو ما يحقق الولاء للمصارف ويساعدها على المنافسة، ويزيد من اتصالات العميل بمصرفه للحصول على خدماته ومنتجاته.

هـ. **العامل الديمغرافي:** إلى جانب استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال بين المصارف وعملائها، قد يستخدم المصرف أيضا الأساليب التقليدية التي تناسب المستوى الفكري للبعض الآخر كالاتصال الشخصي المباشر بإطار المصرف.

2.2 وسائل الدفع الحديثة :

تساهم التكنولوجيات الحديثة على دعم العديد من العمليات المصرفية وتحسين جودتها والذي ينعكس بدوره على العمليات المقدمة للعملاء، فاستخدام التقنيات المتطورة يحقق مزايا متعددة، ومن أهم المنتجات المصرفية التي تساعد على تطوير أداء البنك نجد البطاقات الإلكترونية التي ظهرت في أشكال عديدة كوسيلة دفع متطورة ونذكر أنواعها كما يلي:¹³

أ. **بطاقة الائتمان:** هي عبارة عن أداة وفاء وائتمان تصدرها البنوك بمبلغ معين، وبفائدة محددة تمنح لحاملها الحق في القيام بالمشتريات الفورية مع دفع أجل لقيمتها.

ب. **بطاقة الخصم الشهري:** تمنح هذه البطاقة لحاملها إمكانية السحب النقدي والشراء في حدود مبلغ معين ولفترة لا تتجاوز شهر، دون تقسيط في دفع المبلغ المستحق عليه.

ج. **بطاقة الدفع:** يصدرها البنك لحساب عميله الذي يملك رصيد لديه، يمكنه من الحصول على الاحتياجات من السلع والخدمات في مقابل قيام البنك بخصم قيمة الصفقة من حساب العميل بالبنك في الحال، وبالتالي لا تتضمن هذه البطاقة على ائتمان، وتختلف عن بطاقة الائتمان كون أن الدفع يكون عاجلا فور القيام بالمشتريات.

د. **البطاقة الذكية:** هي بطاقة بلاستيكية ممغنطة ذات معلومات عن حاملها (محفظة إلكترونية) ومن أشهرها "بطاقة موندكس" المنتجة من طرف مؤسسة ماستركارد العالمية عام 1996، وهي أحدث نظام دفع عالمي تم طرحه لعملاء المصارف لما يلي:

- تستخدم كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقا لرغبة العميل.
- يمكن استخدامها بديلا للنقود في كافة عمليات الشراء مهما كان حجمها.
- يتيح التعامل بين حاملي هذه البطاقات التحويل من رصيد بطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى من خلال آلات الصرف الآلي.

3.2 النقود الإلكترونية:

- تأخذ صورة وحدات إلكترونية مخزنة في " المهار ديسك " بجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل ولذلك تسمى بالمحافظة الإلكترونية تسمح للعميل القيام بعمليات البيع والشراء، وهي تمتاز بالخصائص التالية:¹⁴
- أ. سهولة الاستخدام: حيث يستطيع المشتري سداد قيمة مشترياته بمجرد الأمر على حاسبه الآلي، كما تتيح النقود الإلكترونية فرصة التعامل بالعديد من العملات مع إمكانية التحويل بين هذه العملات بصورة لحظية وبأي قيمة.
 - ب. السرية: حيث يمكن للمشتري أن يقوم بعملية الشراء دون أن يكون مضطرا لتقديم أية معلومات.
 - ج. الأمان: يتيح نظام النقود الرقمية أعلى درجات الأمان الممكنة وذلك لاعتماده على وسائل الأمان المبتكرة لحماية المعلومات المالية المستعملة على شبكة الانترنت.
 - د. انخفاض التكاليف: حيث تنعدم تكاليف المقاصة أو التسوية، لأن العملية تتم أوتوماتيكيا.
 - هـ. لا تخضع للحدود: يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان وفي أي وقت، كونها تعتمد على شبكة الانترنت التي لا تعترف بالحدود الجغرافية والسياسية، وذلك دون أن تؤثر في التكلفة.

4.2 الشيكات الإلكترونية:

- تقوم فكرة الشيك الإلكتروني على وجود وسيط (بنك) يشترك لديه البائع والمشتري من خلال فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بهما لإتمام عملية التخليص، مع تحديد التوقيع الإلكتروني وتسجيله في قاعدة البيانات في البنك الإلكتروني.

5.2 آلة الصرافة الآلي:

- تعتبر الصرافات الآلية أولى آليات التطور في العمل المصرفي، وتعتمد هذه التقنية على وجود شبكة من الاتصالات تربط فرع البنك الواحد أو فروع كل البنوك في حالة تقديم البنك للخدمة لعميل بنك آخر، وتسمح هذه الآلية بوصول العملاء إلى حساباتهم الجارية، كما أصبحت تقدم مجموعة من الوظائف الأخرى والتي تمكن العملاء من الحصول على رواتبهم وحقوق الضمان، بالإضافة إلى التعرف على رصيد الحساب والقيام بسحب وإيداع نقدي، وإجراء تحويلات نقدية بين الحسابات وسداد الفواتير، كما تتيح عملية طلب دفتر الشيكات.¹⁵

6.2 الهاتف المصرفي

- وهي نوع من الخدمات المصرفية التي تقدم للعملاء على مدار الأربع وعشرون ساعة طوال اليوم، ويستطيع العميل فيها أن يطلب من البنك تحويل مبلغ من المال مقابل السلعة أو الخدمة التي اشتراها عبر الانترنت إلى البائع، ويتم ذلك بعد التأكد من

شخصية العميل عن طريق إدخال الرقم السري الخاص بالعميل (PIN NUMBER) والمعطى له من قبل البنك، والتعرف كذلك على رقم هاتف العميل والذي يجري الاتصال به من خلال أرقام هاتفه المعروفة لدى البنك من قبل،¹⁶ خاصة لتقديم خدمات التجزئة، أو إجراء تحويل من حساب إلى آخر ويمكن فتح حساب جديد وتلقي طلبات اقتراض وتسديد الفواتير.¹⁷ بالإضافة إلى نقاط البيع الإلكترونية (الآلات التي تنشر لدى المؤسسات التجارية والخدمات بكل أنواعها)، والتي تعمل على مدار الساعة.

3. الجرائم الإلكترونية ووسائل الحماية منها

أ. الجرائم الإلكترونية:

ومن أهم هذه الجرائم:

- **انتحال شخصية الفرد:** تتم عندما يستغل اللصوص بيانات (كالعنوان وتاريخ الميلاد ورقم الضمان الاجتماعي..) شخص ما على الشبكة الإلكترونية أسوا استغلال، من أجل الحصول على بطاقات بنكية ائتمانية، حيث أن تلك البيانات تمكنهم من التقدم بطلبات لاستخراج البطاقات البنكية عبر الانترنت غالبا من خلال الهيئات التي لا تتخذ إجراءات أمنية صارمة عبر الشبكة.¹⁸

- **جرائم السطو على أرقام البطاقات:** أصبح السطو على أرقام البطاقات عبر شبكة الانترنت عملية سهلة، لذلك تزايدت هذه الحوادث التي أعقبتها عمليات الابتزاز لإرجاع تلك الأرقام أو لعدم نشرها أو لعدم استخدامها.

- **غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية:** غسيل الأموال هي عملية تحويل المصدر غير المشروع للأموال كالمخدرات إلى أموال مصدرها مشروع كالتجارة بالسيارات، وأبسط الطرق لهذه العملية هي القيام بسحب مبالغ كبيرة على دفعات من الصراف الآلي في بلد أجنبي من ثم يقوم فرع المصرف الذي سحب المبلغ من ماكنته بطلب تحويل المبلغ من الفرع الذي أصدر البطاقة، فتتم عملية التحويل بحصم المبلغ من رصيد العميل الذي يكون قد تحرب من دفع رسوم التحويل و استطاع أن يغسل أمواله، أو أن يتم ذلك عن طريق شبكة الإنترنت أو بالتحويل الإلكتروني للأموال من خلال البنوك بإيداع الأموال المسروقة في حسابات متعددة بالبنوك، ثم تحول إلى عدة فروع في بلدان مختلفة.¹⁹

- **السلب بالقوة الإلكترونية:** حيث يتم استخدام الحاسب في التلاعب بالمعلومات وذلك بإدخال بيانات زائفة من جانب المتحايل باختلاق دائنين كأجور يجب دفعها أو فواتير يجب سدادها، وذلك عن طريق اختلاق مدينين غير حقيقيين يجب عليهم سداد فواتير صادرة عن الحاسب، أما المدين المعتدى عليه فلن يتمكن من إثبات كونه غير مدين لوجود فواتير معلوماتية، وهكذا يستغل المتحايل طرق الدفع الآلية للحصول على أموال غير شرعية.²⁰

ب. وسائل الحماية من الجرائم الإلكترونية

من أهم وسائل الأمان المتبعة حديثا والمستعملة عبر شبكة الإنترنت نذكر:

- **التوقيع الإلكتروني:**

التوقيع الإلكتروني هو شهادة رقمية تحتوي على بصمة إلكترونية للشخص الموقع، توضع على وثيقة تؤكد منشأها وهوية من وقع عليها، ويتم الحصول على الشهادة من إحدى الهيئات المعروفة دولياً وذلك مقابل رسوم معينة حيث تراجع هذه الهيئات الأوراق الرسمية التي يقدمها طالب التوقيع ثم تصدر الشهادة.

وبعد ظهور بعد العيوب في التوقيع بالقلم الإلكتروني استحدث التوقيع البيومتري الذي يعتمد على الخواص الكيميائية والطبيعية للفرد ويشمل ذلك البصمة الشخصية، مسح العين البشرية، التحقق من مستوى ونبرة الصوت، التعرف على الوجه البشري، خواص اليد البشرية والتوقيع الشخصي، وتخزينها في الحاسب الآلي لمنع أي استخدام من أي شخص آخر.

بالإضافة إلى التوقيع الرقمي الذي يستخدم في التعاملات المصرفية وغيرها، مثل البطاقات التي تتضمن رقماً سرياً لا يعرفه سوى العميل، الذي يدخل البطاقة في ماكينة السحب عندما يرغب في سحب جزء من رصيده، أي أن التوقيع الرقمي هو منظومة بيانات في صورة شفرة بحيث يكون في إمكان المرسل إليه التأكد من مصدرها ومضمونها.²¹

- **التشفير:** يعني استبدال شكل البيانات من خلال تحويلها إلى رموز أو إشارات لمنع الغير من معرفتها أو تعديلها أو تغييرها، فالتشفير وسيلة فنية لحماية البيانات من الآخرين.²²

- **التأمين:** هناك العديد من نظم تأمين شبكة الانترنت ومن أمثلتها:

● **استخدام تكنولوجيا الجدران النارية:** وهي عبارة عن برنامج وأجهزة توصل شبكة المعلومات والأنظمة الداخلية للمستخدم مع شبكة الانترنت، حيث يحافظ المضيف على اتصال من جانب واحد والاتصال مع الشبكة الداخلية من الجانب الآخر، حيث يتم إعداد القواعد لمراقبة كافة التيارات الإلكترونية فيتم إخفاء جميع العناوين الموجودة على الأجهزة في الشبكات الداخلية من الخارج.

● **المرشحات الإلكترونية:** يتم استخدام مرشحات ثنائية الجانب حيث ينتج جهاز الترشيح الأول انسياب الحركة المرورية باتجاه الحواسيب الموجودة في المنطقة الآمنة فقط، بينما يسمح الجهاز الثاني للحركة المرورية بالانسياب إلى الشبكة الداخلية فقط في حال ما إذا كانت صادرة من كمبيوتر يقع في المنطقة الآمنة.

● **البطاقات:** يملك كل شخص طبيعي أو اعتباري بطاقة خاصة به لا يستطيع أحد استخدامها غيره.

● **شهادات التوثيق:** عبارة عن بيانات رقمية غير مكررة وتكون خاصة بالشخص وفي نفس الوقت تكون هذه البيانات مشفرة بحيث لا يمكن قراءتها، هذه البيانات يمكن إضافتها لصفحة الويب أو البريد الصادر منه بحيث لا يستطيع أحد قراءة محتوياتها إلا من لديه شهادة ماثلة، ويتم توقيع الشهادة من قبل موقع التصديق.

● **الخادم المفوض:** يقوم بدور الوسيط بين الشبكات المؤمنة والشبكات غير المؤمنة، فعن طريقه يستطيع صاحب المؤسسة رصد حركة موظفيه على شبكة الانترنت، كما يمكن التحكم في عملية الدخول إلى موقع معين عن طريق إعطائه أمر بعدم الدخول على الموقع المعين ذاته، فعندما يرغب أحد العاملين الدخول على الموقع يمنعه المفوض، وغالباً ما يتم اقتران الحوائط النارية مع الخادم المفوض لضمان التحكم في عمليات الدخول والخروج وتحقيق التأمين الكامل للشبكات المؤمنة.

ثانياً: دور الهيئات الدولية والمصارف المركزية في حماية مستهلك الخدمات المصرفية الإلكترونية

1. المبادئ الدولية العامة لحماية مستهلك الخدمات المصرفية الإلكترونية:

في عام 2011 قامت مجموعة العشرين من خلال فريق مختص بوضع المبادئ العامة لحماية عملاء المؤسسات المالية حيث تستعين تلك المؤسسات بهذه المبادئ في جميع أنحاء العالم لتطوير أنظمتها المالية خاصة تلك ذات الصلة بالعميل، تتمثل هذه المبادئ فيما يلي:²³

1.1 المعاملة بعدل وإنصاف:

ينبغي على المصارف التعامل بعدل وأمانة وإنصاف مع العملاء في جميع مراحل العلاقة بينهما، بحيث يكون ذلك جزءاً لا يتجزأ من ثقافة المصرف، كما ينبغي بذل عناية واهتمام خاص للعملاء محدودي الدخل والتعليم وكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة من الجنسين.

2.1 الإفصاح والشفافية:

ينبغي على المصارف تحديث معلومات الخدمات والمنتجات المقدمة إلى العملاء، بحيث تكون واضحة ومختصرة الفهم ودقيقة وغير مضللة، ويمكن الوصول لها دون عناء خصوصاً شروطها وميزاتها الرئيسية، وينبغي أن يشمل ذلك إيضاح حقوق ومسؤوليات كل طرف وتفاصيل الأسعار والعمولات التي يتقاضاها المصرف والغرامات والمخاطر وآلية إنهاء العلاقة وما يترتب عليها، إضافة إلى توفير معلومات عن المنتجات والخدمات البديلة المقدمة من المصرف.

3.1 التثقيف والتوعية المالية:

ينبغي على المصارف وضع برامج وآليات مناسبة لتطوير معارف ومهارات العملاء الحاليين والمستقبليين ورفع مستوى الوعي والإرشاد لديهم وتمكينهم من فهم المخاطر الأساسية، ومساعدتهم في اتخاذ قرارات مدروسة وفعالة وتوجيههم إلى الجهة المناسبة للحصول على المعلومات في حال حاجتهم لذلك.

4.1 سلوكيات وأخلاقيات العمل:

ينبغي على المصرف العمل بطريقة مهنية لما فيه مصلحة العملاء على امتداد العلاقة بينهما حيث يعتبر المصرف المسؤول الأول عن حماية مصالح العميل المالية.

5.1 الحماية ضد عمليات الاحتيال:

ينبغي على المصارف حماية ومراقبة ودائع العملاء والمدخرات وغيرها من الأصول المالية المشابهة من خلال وضع أنظمة رقابية ذات مستوى عالي من الكفاءة والفعالية، للحد من عمليات الاحتيال والاختلاس أو إساءة الاستخدام.

6.1 حماية خصوصية المعلومات:

ينبغي حماية معلومات العملاء المالية والشخصية من خلال وضع أنظمة رقابية على مستوى عالي تشتمل على آليات مناسبة تحدد الأغراض التي من أجلها تم جمع البيانات ومعالجتها.

7.1 معالجة الشكوى:

ينبغي على المصارف توفير آلية مناسبة للعملاء لتقديم شكواهم بحيث تكون الآلية عادلة وواضحة وفعالة، من خلالها يتم متابعة ومعالجة الشكاوى دون تأخير وفق تعليمات المؤسسة ذات العلاقة.

8.1 المنافسة:

ينبغي أن يتاح للعملاء القدرة على البحث والمقارنة بين أفضل الخدمات والمنتجات ومقدميها، وإمكانية التحويل بينها بسهولة ووضوح وبتكلفة معقولة.

9.1 الأطراف الثالثة:

على المصارف التأكد من التزام الجهات الخارجية التي يتم إسناد مهام لها بمتطلبات هذه المبادئ وأنها تعمل لما فيه مصلحة عملائها وتحمل مسؤولية حمايتهم، فمقدمي الخدمات المالية هم المسؤولون عن الإجراءات التي يتم اتخاذها نيابة عن المصارف أو العملاء وفقا لما ورد في تعليمات الإسناد الصادرة من المؤسسة.

10.1 تضارب المصالح:

ينبغي أن يكون لدى المصرف سياسة مكتوبة بشأن تضارب المصالح، وعليه التأكد من أن السياسات التي تساعد في كشف العمليات المحتملة لتضارب المصالح موجودة ومطبقة، وعندما تنشأ إمكانية تضارب مصالح بين المصرف والطرف الثالث فينبغي الإفصاح عن هذه الحالات.

2. دور ومسؤوليات المصارف المركزية:

انطلاقاً من المبادئ الدولية المشار إليها يمكن للمصارف المركزية في إطار سعيها لتطوير إرشادات وإجراءات توفير متطلبات حماية المستهلك في الخدمات المالية والمصرفية النظر للقيام بما يلي:²⁴

– الاهتمام بقضايا حماية المستهلك في منظومتها الرقابية وذلك للاستفادة من المبادئ والإرشادات الدولية الصادرة عن المؤسسات الدولية، خاصة الصادرة عن مجموعة العشرين الخاصة بحماية المستهلك.

– العمل على توثيق العلاقة ما بين الجهات الرقابية المختلفة ومجال حماية المستهلك، مع إشراك المهتمين وممثلي الهيئات والمنظمات ذات الصلة في مجال البحوث الخاصة بحماية المستهلك، ودعم الجهود والمؤتمرات والفعاليات التي تهتم بشؤون حماية المستهلك وكذا البحوث والأنشطة ذات الصلة.

– الاهتمام بموضوع تطوير العنصر البشري، وتدريب القائمين بالإشراف والرقابة ليكونوا بالقدر الكافي من الدراية والإطلاع على المستجدات فيما يخص المنتجات المالية والخدمات المصرفية المستحدثة في السوق ولا سيما الخدمات المصرفية الالكترونية منها.

– انطلاقاً من متطلبات انضباط السوق والإفصاح العام في الخدمات المالية والمصرفية وتوافقاً مع توجيهات لجنة بازل للرقابة المصرفية في هذا الخصوص، يجب التأكد من أن جميع الخدمات والمنتجات المقدمة من المؤسسات المالية والمصرفية قد تم الإلمام بها ورقابتها بالشكل المناسب.

– التأكد من التزام مقدمي المنتجات والخدمات المالية والمصرفية بضوابط السلوك المهني المصرفي، ووضع ضوابط دنيا للإفصاح حين تسويقهم وتقديمهم للخدمة المصرفية المؤداة للعملاء، وإيضاح جوانب التكلفة الحقيقية للخدمة بالشكل الذي يتناسب مع فهمهم واستيعابهم لها درأً للمخاطر التي قد تؤثر سلباً على عمل وسمعة المهنة المصرفية.

– العمل على ضمان شفافية أسعار الخدمات المصرفية في الإعلانات التي تروجها البنوك والمؤسسات المالية والإفصاح عنها للعملاء بشكل مناسب، بحيث يتيح لهم ذلك إمكانية المقارنة والاختيار ما بين الخدمات المقدمة واختيار ما يناسبهم.

– إيلاء العناية اللازمة لضمان تحقيق التوازن ما بين الحقوق والالتزامات ما بين المصارف وعملائهم أطراف العقد، بحيث لا تشوبها شروطاً تعسفية.

- وضع الإجراءات المناسبة التي تضمن حصول العملاء على حقوقهم كاملة عند التظلم مع تفعيل آليات الشكاوى، بحيث تنظم علاقة العملاء مع المصارف التي يتعاملون معها وحلها، والعمل على تقنين جهد وتكلفة تلك الشكاوى وتشديد العقوبة على الجهات المخالفة حال وجود قصور أو انتهاك لحقوق العميل.

- العمل على إيلاء عناية خاصة لحماية عملاء التمويل الصغير أو ما يسمى التمويل للتعامل المنتج الحرفي أو الزراعي وغيرها من المشروعات الفردية الصغيرة، والاهتمام بالعملاء المستهلكين ذوي الاحتياجات المادية أو المجموعات الضعيفة.

ثالثا : دور المصارف المركزية في حماية مستهلك الخدمات المصرفية الإلكترونية في الإمارات والسعودية

1. الاهتمام بحماية مستهلك الخدمات المصرفية في الإمارات والسعودية

1.1 الإمارات

تأسست وحدة ضمن دائرة الرقابة على المصارف في الإمارات سنة 2012 تحت اسم " وحدة حماية المستهلك " واتساقا مع الهيكل التنظيمي الجديد للمصرف المركزي تم تأسيس مركز تابع لها تحت اسم " مركز خدمة المستهلك " يستقبل عملاء البنوك والمؤسسات المالية المرخصة من قبل المصرف المركزي الذين يرغبون بتقديم شكاواهم أو لديهم استفسارات بشأن الخدمات المقدمة إليهم، وتهدف إدارة حماية المستهلك إلى ضمان تلقي العملاء معاملة منصفة وشفافة عند إنجاز تعاملاتهم مع المؤسسات المالية وتلقيهم خدمات عالية الجودة وبأسعار معقولة وفقا لأنظمة المصرف المركزي، ويهدف المصرف المركزي إلى الارتقاء بمستوى الوعي المالي لدى العملاء وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة، كي يفهموا حقوقهم والتزاماتهم عند القيام بمعاملاتهم المالية مع أخذ في الاعتبار المخاطر التي يواجهونها عند التعامل مع الخدمات المالية المقدمة لهم، ولقد تم البدء في إستراتيجية شاملة لتحقيق هذا الغرض في سنة 2014 من خلال المبادرات التالية:²⁵

- المشاركة في معارض التوعية التي تتولى الجهات الحكومية تنظيمها سنويا.
- نشر نشرة تعريفية لتعريف العملاء بحقوقهم والتزاماتهم بشأن البنوك والمؤسسات المالية الأخرى وسبل تقديم ما يحتاجونه من شكاوى.
- نشر الثقافة المالية من خلال الترحيب بالزيارات التي تقوم بها المدارس والجامعات للمصرف المركزي.
- نشر مقاطع فيديو على الموقع الإلكتروني للمصرف المركزي تستعرض عن مخاطر بطاقات الائتمان والقواعد الخاصة بالقروض الشخصية.

ولقد قامت إدارة حماية المستهلك سنة 2014 بإطلاق نظام الكتروني على مستوى عال من التطور لإدارة الشكاوى يتم من خلاله تلقي الشكاوى والطلبات والملاحظات، حيث يتولى الفريق المعني بالنظام إحالتها للبنوك والمؤسسات المالية، وحرصا على المساهمة في تحقيق رؤية ورسالة المصرف المركزي وأهدافه الإستراتيجية فقد قامت وحدة حماية المستهلك بإدراج نشاطات طموحة ومبتكرة في الخطة التشغيلية للمصرف المركزي 2017-2021 والتي من شأنها أن ترتقي بدور إدارة حماية المستهلك في خفض من الشكاوى وزيادة الوعي المالي في المجتمع.²⁶

2.1 السعودية

من مهام مؤسسة النقد العربي السعودي الرقابة على القطاعات المالية المرخصة من المؤسسة والمصرح لها العمل في المملكة العربية السعودية مثل (المصارف، وشركات التأمين، وشركات التمويل، ومؤسسات الصرافة، وشركات المعلومات الائتمانية). ومنذ صدور نظام مراقبة البنوك في عام 1966 والمؤسسة تعمل على حماية مصالح العميل والتأكد من أن تعامل القطاعات المالية مع العميل يتم بطريقة مهنية عادلة، وقد تطور دور المؤسسة تدريجياً مع توسع القطاع المالي حيث أصبحت في عام 2005 مسؤولة عن مراقبة قطاع التأمين بموجب نظام مراقبة شركات التأمين التعاوني، وفي عام 2012 أصبحت مسؤولة عن مراقبة شركات التمويل والإشراف عليها مما وسع دورها في مجال تعزيز حماية العميل.

وبناء على ذلك قامت المؤسسة بإنشاء وحدة " إدارة حماية العملاء " التي من أهم أهدافها حصول عملاء القطاعات المالية على معاملة عادلة بشفافية وصدق وأمانة في التعاملات المالية، والحصول على الخدمات والمنتجات المالية بكل يسر وسهولة وبتكلفة مناسبة وجودة عالية، وذلك من خلال إتباع الآتي:²⁷

- متابعة التطورات والتوجهات التي تحدث في القطاع المالي وتحديد أولويات وسلوك المستفيدين من الخدمات المالية.
- تطوير معرفة عملاء المؤسسات المالية عن المواضيع المالية الأساسية عبر تقديم برامج التدريب والمعلومات.
- تطوير التعليمات الخاصة بحماية العميل (التسعيرة، التواصل مع العملاء وجودة الخدمة المقدمة).
- التأكد من التزام كافة القطاعات المالية بالسياسات ضمن نطاق مهام حماية العملاء.
- استقبال وبحث شكاوى عملاء مختلف القطاعات المالية.

وخلال عام 2013 شهدت المؤسسة إعادة هيكلة تنظيمية وإدارية شملت معظم إداراتها وتنتج عن ذلك إنشاء إدارة حماية العملاء والتي تهدف إلى تعزيز مبادئ خدمة وحماية العملاء، تختص باستقبال الشكاوى المقدمة من العملاء والتعامل معها بما يحمي حقوق العملاء، ومن أبرز ما تم إنجازه خلال عام 2013 ما يلي:²⁸

- إصدار مبادئ حماية عملاء المصارف التجارية بصفته النهائية وتعميمه على جميع المصارف التجارية ونشره على موقع المؤسسة على شبكة الانترنت.
- إعداد مشروع مبادئ حماية شركات التأمين ومشروع ضوابط وحدة الشكاوي لدى المصارف التجارية بصفته الأولية.
- دراسة ومعالجة 19491 شكوى متنوعة خلال عام 2013 سواء كانت واردة إلى المؤسسة مباشرة أو عن طريق الجهات الحكومية.
- إنشاء مركز اتصال خاص لتلقي الشكاوي ومن ثم تحويلها آلياً إلى الموظف المختص في إدارة حماية العملاء.
- إنشاء مركز خاص باستقبال الجمهور وتفعيل آلية استقبالهم والتنسيق مع موظفي إدارة حماية العملاء بخصوص شكاويهم.
- توعية الجمهور عن حقوقهم لدى الجهات المالية المختلفة التي تشرف عليها مؤسسة النقد السعودية.

2. الخدمات المصرفية الإلكترونية وإجراءات حمايتها²⁹

والتي يمكن تناولها فيما يلي:

1.2 بطاقات الائتمان:

يتم حمايتها من خلال إتباع الإجراءات التالية:

- يتعين على البنوك أن توضح عن كافة المتطلبات المتعلقة بإصدار بطاقات الائتمان كرسوم الإصدار والمصروفات بما فيها ما يتعلق بالتمويل، حدود الائتمان، أسعار الصرف، العوائد المطبقة، طريقة الاحتساب، الحد الأدنى للقسط الشهري وغيرها وذلك قبل التعاقد مع العملاء.
- يجب على البنوك أن تحظر عملائها كتابيا أو من خلال إرسال رسائل الكترونية أو نصية في حالة فرض رسوم جديدة أو تغيير أي رسم أو مصاريف على البطاقات الالكترونية التي سبق أن أصدرتها للعملاء، مع مراعاة توجيهات البنوك المركزية بشأن المهلة المحددة بين الإعلان والتطبيق الفعلي.
- يتعين على البنوك القيام بإبلاغ عملاء بطاقات الائتمان لديها بالحد الأدنى للمبلغ المطلوب سداده شهريا مع توضيح أية تكاليف خاصة بالعوائد التي سوف تترتب على قيام العميل بسداد الحد الأدنى فقط، ويراعى أن تضمن كشف عمليات بطاقات الائتمان إيضاحا للحد الأدنى المطلوب سداده، وإجمالي تكلفة العوائد التي سيتم احتسابها على الرصيد القائم في حال قيام حامل البطاقة بسداد الحد الأدنى (القسط الشهري).

2.2 الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت والخدمات الهاتفية:

يتم حمايتها من خلال إتباع الإجراءات التالية:

- يتعين على البنوك التي تقدم خدماتها المصرفية لعملائها من خلال استخدام شبكة الانترنت أو الهاتف المصرفي أن تستخدم برامج الحماية التي تضمن لها التأكد مما يلي:
- المحافظة على خصوصية وسرية بيانات العملاء وحمايتها من الاختراق.
- التوثيق للمعاملات وإمكانية تحديد الأطراف المقابلة والرقابة على الدخول للأنظمة المستخدمة.
- قبول وتنفيذ العمليات التي يجريها العملاء على حساباتهم من خلال النظم المتاحة من قبل البنك في هذا الشأن.
- وجود خطة استمرارية الأعمال.
- إخطار العملاء قبل وقت كاف في حالة اضطراب البنوك وإقبالها على وقف بعض خدماتها لأغراض الصيانة أو لغير ذلك من الأسباب.
- يتعين على البنوك أن تفرض نوعا من الرقابة والمتابعة لأداء الأطراف الأخرى لدى الاستعانة بهم في تقديم الخدمات المصرفية عن طريق الانترنت أو أجهزة الهاتف.
- يتعين على البنوك إخطار العملاء الذين يرغبون في استخدام الانترنت أو الهاتف في إجراء معاملاتهم بالرسوم والمصاريف إن وجدت المتعلقة بالخدمات المقدمة من خلال هاتين الوسيلتين ومقدارها.
- يتعين على البنوك أن تضع قواعد واضحة ومحددة لمعالجة أية حالات للخطأ أو الاحتيال في حالة وقوعه.

- يتعين على البنوك أن تتخذ الإجراءات التي تستهدف رفع مستوى الفهم والتعامل مع الانترنت والهاتف المصرفي، وأن تخطر العملاء بأية تغيرات أو تطوير في الأنظمة المعمول بها وبما يضمن حمايتهم، وتلتزم البنوك بتعريف العملاء بالمخاطر المصاحبة للتعاملات الالكترونية وتقديم الإرشادات التي تعزز الاستخدام الآمن لها وحمايتها.

3.2 الحوالات والتحويل الإلكتروني للأموال:

يتم حمايتها من خلال إتباع الإجراءات التالية:

- يتعين على البنوك أن تقدم معلومات كافية لعملائها مما يستخدمون خدمات الحوالات والتحويل الإلكتروني للأموال حول أسعار ومميزات تلك الخدمات وكيفية الحصول عليها بسهولة ويسر وبأشكال مفهومة قدر الإمكان، وتشمل هذه المعلومات بشكل خاص الرسوم التي يتحملها العميل أو الطرف المستفيد من الخدمة التي يطلبها العميل (حوالة أو تحويل) وأسعار صرف العملات الأجنبية والمصرفيات والوقت الذي يستغرقه إجراء الحوالة أو التحويل، حتى وصول الأموال للمستفيد وغيرها من الشروط والأحكام المتعلقة بتحويل الأموال إلكترونياً ومنها المسؤوليات والحقوق والالتزامات.

- في حالة عدم تأكد البنك من التكلفة المتعلقة بالحوالة أو التحويل الإلكتروني نظراً لاختلاف الظروف الخاصة بكل حالة، فعلى البنك أن يفصح لعميله مسبقاً عن ذلك ودون أن يملي شروطاً معينة على العميل المسبقة على ذلك.

- يتعين على البنوك أن توثق كل المعلومات الأساسية المتعلقة بتلك العمليات فور إتمامها وبدون فرض أية رسوم على ذلك.

- يتعين على البنوك أن تخطر عملائها الذين يستخدمون خارج البلاد بطاقات الائتمان بالشروط والأحكام، بما في ذلك رسوم المعاملات الخارجية وأسعار صرف العملات الأجنبية القابلة للتطبيق في تلك الحالات.

خاتمة:

يعيش العالم اليوم ثورة تكنولوجية في مختلف القطاعات الاقتصادية خاصة في القطاع المالي والمصرفي، حيث أصبحت التكنولوجيا تشكل حجر الأساس في تعزيز فرص البقاء والنمو والاستمرارية في ظل المنافسة الشديدة بين المصارف في الساحة العالمية، ويعتبر نمو استخدام الإنترنت في المعاملات من أكثر العلامات المميزة لعصر العولمة، سواء من حيث عدد رسائل البريد الإلكتروني التي يتم تراسلها، أو عدد صفحات الويب المتاحة على الشبكة، أو عدد الأفراد المستخدمين للشبكة، أو الأنشطة التجارية الآخذة في النمو والمتصلة بالإنترنت كالتجارة الإلكترونية، أو حتى عدد الجرائم التي تتم عبر الانترنت.

وحماية المستهلك في الخدمات المصرفية الإلكترونية هدف رئيسي بدأ يحظى باهتمام متزايد بالقطاع المصرفي في السنوات الأخيرة، خصوصاً مع تشديد المصارف المركزية على توفير هذه الحماية واتخاذ إجراءات عديدة لإلزام كافة المصارف بتوفير هذه الحماية، ويقصد بحماية عملاء البنوك " ما يتم تطبيقه من إجراءات تستهدف الحد من المخاطر التي قد يتعرض لها هؤلاء العملاء في مجال تعاملهم مع البنوك، من خلال وضع الأطر التنظيمية من سياسات وإجراءات والتي تكفل حصولهم على مختلف الخدمات المالية في إطار متكامل من الشفافية والإفصاح في التعامل المالي، بما يضمن حصول هؤلاء العملاء على حقوقهم دون انتقاص وعدم الإضرار بمصالحهم، ومساءلة من يتجاوز هذه الأطر التنظيمية " وتبين من خلال هذا البحث أن للهيئات الدولية والمصارف المركزية دور كبير في توفير هذه الحماية، ففي عام 2011 قامت مجموعة العشرين من خلال فريق مختص بوضع المبادئ العامة لحماية عملاء المؤسسات المالية حيث تستعين تلك المؤسسات بهذه المبادئ في جميع أنحاء العالم لتطوير أنظمتها المالية خاصة

تلك ذات الصلة بالعمل، وانطلاقاً من هذه المبادئ الدولية يمكن للمصارف المركزية تطوير إرشادات وإجراءات توفير متطلبات حماية المستهلك في الخدمات المالية والمصرفية الإلكترونية، والارتقاء بمستوى الوعي المالي لدى العملاء وأصحاب المشاريع الصغيرة والمتوسطة كي يفهموا حقوقهم والتزاماتهم عند القيام بمعاملاتهم المالية مع أخذ في الاعتبار المخاطر التي يواجهونها عند التعامل مع الخدمات المالية المقدمة لهم.

التوصيات والمقترحات:

وفي آخر هذا البحث يمكن تقديم التوصيات التالية:

- يجب وصف الخدمة المصرفية الإلكترونية وتطبيقاتها وصفا دقيقا ليكون العميل قادرا على فهمها واستيعابها.
- يجب متابعة ومراقبة وتحليل عمليات تنفيذ الخدمات المصرفية الإلكترونية، وكذلك كيفية متابعة عملية تحليل البيانات المتعلقة بجميع جوانبها، بهدف توفير الحماية للعملاء.
- تنظيم وتحديد كيفية الاتفاق وأداء العقود القانونية بين البنك والعميل بشكل إلكتروني لتجنب المنازعات المصرفية المستقبلية.
- يجب المحافظة على خصوصية وسرية بيانات العملاء وحمايتها من الاختراق.
- ينبغي على المصارف وضع برامج وآليات مناسبة لتطوير معارف ومهارات العملاء الحاليين والمستقبليين ورفع مستوى الوعي والإرشاد لديهم وتمكينهم من فهم المخاطر الأساسية، ومساعدتهم في اتخاذ قرارات مدروسة وفعالة وتوجيههم إلى الجهة المناسبة للحصول على المعلومات في حال حاجتهم لذلك.
- الاستفادة من وسائل الأمان المبتكرة حديثا لاستعمالها عبر شبكة الانترنت، وخاصة لإضفاء الثقة على المعاملات المصرفية التي تتم عبر هذه الشبكة والتي تكون وسائل الدفع الإلكترونية طرفا فيها، ومنها التوقيع الإلكتروني والتشفير والتأمين.
- الاهتمام بقضايا حماية المستهلك المصرفي الإلكتروني في منظومة المصارف المركزية الرقابية وذلك للاستفادة من المبادئ والإرشادات الدولية الصادرة عن المؤسسات الدولية، خاصة الصادرة عن مجموعة العشرين الخاصة بحماية المستهلك.

قائمة المراجع (الهوامش):

- ¹ عبد الله عبد الكريم عبد الله، فاتن حسين حوى، حماية المستهلك في بعض التشريعات العربية بين الواقع والتطبيق - القانون اللبناني نموذجاً-، دراسة بحثية مقدمة إلى الندوة العلمية حول حماية المستهلك العربي بين الواقع وآليات التطبيق التي يقدمها المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، مجلس وزراء العرب، جامعة الدول العربية، بيروت-لبنان، 2-4 جوان 2014، ص:3.
- ² عبد الستار إبراهيم الهيتي، حماية المستهلك في الفقه الإسلامي، مؤتة للبحوث والدراسات، المجلد التاسع عشر، العدد السادس، 2004، ص - ص 191، 192.
- ³ البنك المركزي الكويتي، دليل حماية عملاء البنوك، تعميم رقم (2 / رب / رب أ / 349 / 2015)، 5 جوان 2015، ص : 4.
- ⁴ طارق عبد العال حماد ، التجارة الإلكترونية- المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الدار الجامعية، مصر، 2003 ، ص: 36.
- ⁵ بشار طلال مومني، مشكلات التعاقد عبر الإنترنت، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2004 ، ص: 10.
- ⁶ محمد سمير أحمد، التسويق الإلكتروني، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009 ، ص - ص: 115-116.
- ⁷ أسامة أحمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني، دار الجامعة الجديدة للنشر، مصر، 2005 ، ص: 108.
- ⁸ بشار طلال مومني، مرجع سابق، ص: 16.
- ⁹ حسن عبد الباسط جمعي، حماية المستهلك في مصر بالمقارنة مع أوضاع الحماية في دول السوق الأوروبية والشرق الأوسط، دار الفكر، مصر، 1996 ، ص: 13.
- ¹⁰ سمر كوكب الجميل ، الاتجاهات الحديثة في مالية الأعمال ، دار الحامد للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2000 ، ص : 241.
- ¹¹ عبد الغفار حنفي، عبد السلام أبو قحف، إدارة البنوك وتطبيقاتها ، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000 ، ص: 352.
- ¹² غانم عبد الله، آيت الله مولحسان، أثر اقتصاد المعرفة على تنمية وتطوير المؤسسات المالية والمصرفية، مداخلة إلى الملتقى الدولي حول اقتصاد المعرفة، جامعة محمد خيضر ، بسكرة -الجزائر، 12-13 نوفمبر 2005 ، ص : 348.
- ¹³ نفس المرجع، ص- ص : 351-353.
- ¹⁴ طارق عبد العال حماد، مرجع سابق، ص - ص: 110 - 111.
- ¹⁵ وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات الإلكترونية المصرفية، دار المسيرة، عمان- الأردن ، ص : 63.
- ¹⁶ الرومي محمد أمين، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنت، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية- مصر، 2004 ، ص 142.
- ¹⁷ الصمادي حازم نعيم، المسؤولية في العمليات المصرفية الإلكترونية، (دار وائل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2003)، ص: 30.

¹⁸ الجنيبي محمد والجنيبي ممدوح، جرائم الانترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية- مصر، 2004، ص: 42.

¹⁹ بدوي مصطفى، غسيل الأموال الإلكتروني، مجلة آفاق، الجمعية العلمية الثقافية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 05، جامعة البلدة، سبتمبر 2005، ص - ص: 61-62.

²⁰ قشقوش هدى حامد، جرائم الحاسب الإلكتروني في التشريع المقارن، دار النهضة العربية، القاهرة- مصر، 1992، ص 105.

²¹ الجنيبي منير والجنيبي ممدوح، التوقيع الإلكتروني وحجته في الإثبات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية- مصر، 2004، ص 12.

²² محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية- مصر، 2003، ص 180.

²³ الموقع الرسمي لمؤسسة النقد السعودي :

www.samba.gov.sa

²⁴ أمانة مجلس محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربية، حماية المستهلك (العميل في الخدمات المصرفية)، اللجنة العربية للرقابة المصرفية، صندوق النقد العربي، ورقة قدمت في الاجتماع السنوي الثاني والعشرون للجنة الذي عقد في أبو ظبي، يومي 25 - 26 نوفمبر 2012، ص - ص: 10 - 11.

²⁵ التقرير السنوي لمصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي لسنة 2014، ص - ص: 67-68.

²⁶ التقرير السنوي لمصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي لسنة 2016، ص: 68.

²⁷ الموقع الرسمي لمؤسسة النقد السعودي:

www.samba.gov.sa

²⁸ التقرير السنوي لمؤسسة النقد السعودي لسنة 2014، ص: 69.

²⁹ البنك المركزي الكويتي، دليل حماية عملاء البنوك، المرجع السابق، ص - ص: 22 - 25.